CAHIER PRATIQUE

Innovez Service Centric #2

12 cibles stratégiques

ECHANGEUR by LaSer

Le mode d'emploi

Les apprentis décomplexés

Qui sont les apprentis décomplexés ?

Avec un **niveau d'études élevé** (74% a atteint le niveau master), ces jeunes adultes naviguent encore entre deux mondes. Ils aimeraient concilier le confort de leur statut d'**étudiant** à la liberté des jeunes actifs.

Cependant, pour la majorité d'entre eux, l'autonomie financière se fait attendre, piquant au vif leur **soif d'avenir**. En effet, le poids des dépenses pré-affectées, particulièrement celles liées au logement, les contraint parfois jusqu'à la [illegible]

La famille résumée

Seuls au foyer, habitant de petites surfaces dans des grandes villes, ils restent pourtant relativement à l'abri des dérives de prix constatées dans les grandes agglomérations. Nombre d'entre eux profitent des avantages des villes du sud et jouissent ainsi d'une **qualité de vie globalement préservée**, malgré des freins financiers.

Constamment à la recherche d'expériences « fun », ces jeunes privilégient le secteur des **loisirs** (tourisme, sports, produits culturels, high tech) et ce qui touche à **l'image** (mode, beauté).

Néanmoins, avec un **pouvoir d'achat limité**, ces **consommateurs avertis** sont toujours à la recherche de la meilleure offre, explorant enseignes et canaux de distribution afin de dénicher le **« bon plan »** dont ils sont de véritables fidèles.

C'est pourquoi ils se tournent aisément vers **Internet**. Nés avec le digital, leur usage des réseaux sociaux, des téléphones mobiles et des services afférents est permanent. Internet n'est pas seulement un **facilitateur** mais une **évidence** : **l'instantanéité** se fond avec leur mode de vie.

Ainsi, à défaut d'être reconnus pour leur potentiel de consommation immédiat, ils attendent d'être valorisés pour leur activité sociale. En effet, **leur vie se conçoit en réseau**, aussi bien virtuel que réel, et le partage (avis, recommandation) est une seconde nature pour eux.

Ses caractéristiques sociodémographiques

Les apprentis décomplexés

Moins de 34 ans
100%
France : 17%

Pas d'enfant au foyer
97%
France : 76%

Appartement
94%
France : 42%

Locataires
78%
France : 39%

Urbains (+ 100 000 hab)
64%
France : 48%

Revenu moyen par UC*
1 107 €
France : 1 686 €

*** Unité de Consommation** : elle permet de comparer les revenus de ménages de compositions différentes (1 UC pour le 1er adulte du ménage, 0.5 UC pour les autres adultes, 0.3 UC pour les enfants).

Les apprentis décomplexés

Son arbitrage budgétaire

L'apprentissage de l'autonomie financière

[illegible]% des apprentis décomplexés se sentent à l'aise avec leur revenu.
France : 47%

Chaque mois, ils consacrent

Revenu mensuel : 1 276 €
France : 2 5[illegible]

Dépenses pré-affectées : 869 €
France : 1 508 €

Epargne : 84 €
France : 176 €

Reste à vivre : **323 €**
France : 829 €

A retenir

- Avec le **reste arbitrable le plus faible de la segmentation**, les apprentis décomplexés ne se sentent pas pour autant contraints financièrement.
- Nombreux sont encore étudiants et **ne perçoivent aucun salaire.** C'est donc sans surprise qu'ils tirent leur revenu majoritairement des allocations de type CAF, APL ou d'une aide financière de leurs proches.
- De fait ils épargnent moins que la moyenne (73% d'épargnants vs 76%) et détiennent le plus faible patrimoine de la segmentation (21 K€ vs 142 K€).
- Apprenant difficilement à gérer la frustration, ils sont très nombreux à utiliser le **découvert bancaire** (48% vs 32% au cours des 12 derniers mois), témoignant d'une habitude de gestion encore adolescente.

Le temps qu'elle consacre aux tâches contraintes

Apprivoiser la contrainte de temps

68% des apprentis décomplexés se sentent contraints par le temps.
France : 46%

Chaque semaine, ils consacrent …

[illegible]h au travail
France : 23h

7h en [illegible]
France : 5h

5h à faire des corvées ménagères
France : 11h

50h consacrées aux tâches contraintes
France : 39h

A retenir

- Même s'ils n'ont encore que peu d'obligations, les apprentis décomplexés font partie des foyers dont **le temps passé aux tâches contraintes est le plus élevé** (50h/semaine).
- Implantés en région urbaine, ils sont ceux qui passent **le plus de temps dans les transports**.
- Cependant, à la différence des familles leaders, ces jeunes célibataires consacrent beaucoup de temps à leurs activités et détiennent encore une certaine **liberté d'organisation,** liée à leur statut, qui les rend plein d'optimisme.

Les apprentis décomplexés

Le mode d'emploi

Les apprentis décomplexés

Son profil digital : cyber-achat, équipement et utilisation des nouveaux parcours d'achat

Absolut Off Line

Ils illustrent le décrochage des plus anciens à l'égard du digital.

0% des apprentis décomplexés
France : 17%

Pure Surfers

Le digital est un vecteur d'information.

9% des apprentis décomplexés
France : 24%

E-Shoppers

style de vie connecté.

32% des apprentis décomplexés
France : 16%

Erratic Shoppers

59% des apprentis décomplexés
France : 42%

Engagés dans une consommation digitale encore monolithique, les Erratic Shoppers incarnent une France acquise au digital, en phase d'équipement et d'apprentissage.

Typologie basée sur le comportement d'achat des foyers sur les 12 derniers mois

Une vie sociale online ...

33% Tablette
France : 27%

100% Accès à Internet
France : 83%

87% Smartphone
France : 47%

... qui conduit à de nouveaux parcours d'achat

Drive

27% utilisent le Drive pour leurs courses alimentaires.
France : 13%

ROPO

83% ont déjà expérimenté la recherche d'informations sur Internet avant d'acheter en magasin.
France : 61%

Showrooming

70% ont déjà expérimenté la recherche d'informations en magasin avant d'acheter sur Internet.
France : 40%

A retenir

- Nés avec la révolution numérique, les apprentis décomplexés n'imaginent pas vivre sans Internet. Ils font un usage constant des **réseaux sociaux**, des applications et services disponibles pour Smartphone ou tablette.
- Ces **91% de cyber-acheteurs** ont effectué en moyenne des achats sur 6 sites différents dans l'année. Même s'ils sont majoritairement Erratic Shopers, ils sont **deux fois plus nombreux que les Français à faire partie de la catégorie E-Shoppers** (32% vs 16%).
- Consommateurs avisés, faisant face à des ressources limitées, Internet est pour eux un moyen de **dénicher les bons plans** et de gagner en pouvoir d'achat.

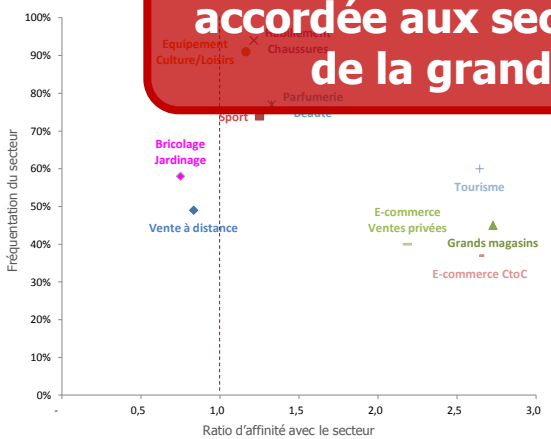
A retenir

- Leur équipement digital dépasse largement la moyenne des Français. Ils sont **98%** (vs 60%) à être **inscrits sur au moins un réseau social** et 93% (vs 50%) plébiscitent Facebook.
- C'est sans surprise qu'ils adoptent progressivement les **nouveaux parcours d'achat** comme le Drive, le ROPO ou le Showrooming, leur permettant à la fois de **comparer les prix** et de **gagner du temps** en recherchant les informations sur Internet.

Les apprentis décomplexés

Fréquentation, affinité et confiance accordée aux secteurs et enseignes de la grande distribution

Les loisirs avant tout



Grille de lecture :
45% des foyers apprentis décomplexés ont effectué au moins un achat dans le secteur « grands magasins » au cours des 12 derniers mois. Ils sont 2,7 fois plus nombreux à acheter dans ce secteur que l'ensemble de la population.

Des grandes chaînes aux enseignes online

Ils leur accordent davantage leur confiance

Zara : 66%
France : 46%

Etam : 61%
France : 47%

Sephora : 63%
France : 54%

Grille de lecture :
66% des apprentis décomplexés déclarent avoir tout à fait confiance en Zara.

A retenir

- **L'économie de la débrouille**, les apprentis décomplexés connaissent. Pour eux, la « bonne affaire » prime sur le canal de distribution. C'est donc sans surprise qu'ils pratiquent le **E-commerce** que ce soit en C to C ou surtout pour les petits prix des ventes privées (40% vs 18%). De plus, ce type de consommation leur permet de **se référer à leurs pairs** en s'inscrivant dans un réseau communautaire de consommateurs.
- Cette logique n'est pas pour autant exclusive : majoritairement urbains, ils sont, à l'image des adulescents hyperactifs, **nombreux à fréquenter les grands magasins** dans une logique de valorisation.

A retenir

- Implantés en région urbaine, nombreux fréquentent les enseignes de **proximité** comme, notamment Carrefour (91% vs 57%) ainsi que les **grandes chaînes** type Zara, H&M, Sephora ou Etam.
- Ils leur accordent une **confiance plus importante qu'aux enseignes en ligne** comme ventes-privées.com (54%) même si ces dernières leur permettent de faire quelques économies.
- **S'ils fréquentent plus que la moyenne les sites C to C**, du type Leboncoin.fr c'est qu'ils y trouvent une réponse à leurs besoins à moindre coût. Ils ne sont cependant pas encore au niveau des familles tacticiennes ou leaders, définitivement acquises au C to C. En effet, les leaders sont 41% à fréquenter Leboncoin.fr alors que les apprentis décomplexés seulement 28% (moyenne France : 17%).

Le mode d'emploi

Chaque donnée comparée à la moyenne française

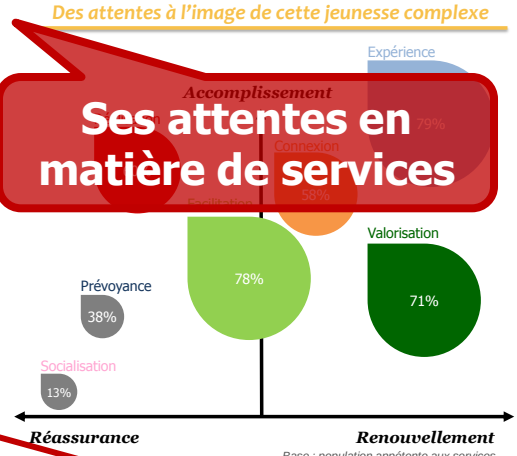
75% d'entre eux ont des attentes servicielles multiples.
France : 52%

Sur chaque page, un encart « A retenir » résumant les principaux éléments d'informations

Un seul mot d'ordre à suivre : un conseil aux enseignes !

Les apprentis décomplexés

Ses attentes en matière de services



96% des apprentis décomplexés sont appétents aux services.
France : 80%

75% d'entre eux ont des attentes servicielles multiples.
France : 52%

A retenir

• **Ultra appétents aux services**, ces foyers sont véritablement multi-moteurs puisqu'ils privilégient de manière presque équivalente l'**expérience**, la **facilitation** et la **valorisation**.

• Cela s'explique à la fois par leur jeune âge, curieux et ouverts à la nouveauté, ils sont sans cesse **en quête de « fun »**, mais également par leur situation : encore très dépendants de leur proches, peu perçoivent leur propre revenu et nombreux sont ceux qui **recherchent les bons plans**, afin d'optimiser leur temps et leur budget. Etudiants du supérieur, ils sont également **à la recherche de reconnaissance** afin d'entrer avec toutes les cartes en main sur le marché du travail.

• Enfin, ils sont le **foyer le plus connecté de la segmentation,** tant en termes d'équipement que d'aspiration : toute leur vie s'établit en réseau.

Ouvrez leurs les portes mais aussi les vôtres

Les écouter : l'avenir leur appartient. Si cette population reste encore anodine du fait de son jeune âge, de ses revenus ou de son poids limité dans la population, elle constitue un véritable laboratoire de nouvelles tendances. Engagée dans la nouvelle économie, elle est un modèle à suivre. Comprendre qui sont ces consommateurs, ce qu'ils veulent ou leur mode de vie sont autant de leviers pour votre avenir.

Les accompagner vers l'indépendance : avec un haut niveau d'études et la promesse d'un salaire élevé, ces jeunes sont dans les années à venir un réservoir de consommation certain. Néanmoins, encore dépendants financièrement, ils aspirent à l'autonomie et demandent donc à être aidés pour franchir le cap de la vie active. Il est pertinent de les accompagner, de leur ouvrir les portes, de valoriser leur potentiel, de leur offrir les opportunités en soutenant leurs projets ou en les assistant dans la gestion de leur budget.

Collaborer : ces as de l'économie de la débrouille ont trouvé dans l'économie de l'usage une réponse à leur contrainte budgétaire et à leur besoin de solidarité. Cependant, le collaboratif n'est pas seulement pour eux un moyen de gagner en pouvoir d'achat. Ils se placent dans une autre logique : celle de la création de biens et de valeur. Il devient alors nécessaire de s'appuyer sur les réseaux de ces consommateurs-producteurs pour développer des services basés sur le collaboratif.

Valoriser : nés à l'ère du numérique et ayant grandi au sein de la nouvelle économie, les **apprentis décomplexés** sont véritablement les ambassadeurs d'une consommation moderne. Il s'agit donc d'une part de prendre en compte l'influence grandissante qu'ils ont sur les enseignes via le digital et d'autre part de les récompenser en entrant dans une logique de gratification non marchande.

Les apprentis décomplexés